New Brunswick Milk Marketing Board

1990 Annual Report

• Chairman's Message

As Chairman of the New Brunswick Milk Marketing Board, and as a producer, I view the past year with mixed feelings. A great deal of concern exists within the industry regarding the outcome of GATT negotiations. Much time and effort have been expended in lobbying on behalf of dairy producers toward a successful conclusion of this trade agreement; hopefully, we shall not be disappointed with the results. A significant amount of time has been spent working with the Task Force on National Dairy Policy. It is very important that a new long-term dairy policy be implemented in 1991, capable of ensuring the continued long-term health of our dairy industry.

Restructuring our organization has taken a significant amount of Board time and many staff resources during the past year. I look forward to the resolution of this issue. All our resources are required to deal with a number of other challenges facing the dairy industry.

Changes in consumer demands for low-fat milk and other low-fat dairy products require a major change in our marketing approach for the 90's. Multiple component pricing must be implemented as soon as possible. The manner in which milk is priced at the producer level must reflect the type of milk consumers are buying.

In order to maintain our current share of the food and beverage market, we must become more aggressive in our promotion and advertising. We need to convey the message to consumers that milk is still "nature's most-perfect food".

The continued viability of our dairy industry will depend to a great extent on our reaction to problems and opportunities created as a result of the new GATT agreement and the Canada-United States Trade Agreement. A move to reduce interprovincial border restrictions will require a more-regional approach to milk marketing.

Having to contend with these factors in the very near future, it is absolutely essential that all producers work together through their organization to ensure the continued viability of the dairy industry in New Brunswick.

John E. Robinson

John Robinson
Chairman

•Objective

The objective of the New Brunswick Milk Marketing Board is to improve the income, stability and equity of milk producers in New Brunswick.

To achieve its objective, the Board has established a number of goals. The marketing effort of the Board must be enhanced. A more aggressive approach is required, utilizing the full potential of results obtained from nutritional and human health research. Working with all stakeholders, potential product innovations which will enhance the marketing of milk and dairy products must be investigated. Regional pooling opportunities must be explored and proposals developed to obtain the maximum possible gain for the dairy industry.

Restructuring the Board's operation will proceed, providing a clear separation of milk marketing operations and other activities in which the Board has become involved over the years. Funding of Board activities will be achieved through levies on milk marketed, leasing present Board assets (land and office building), and "outside" funding available from time to time through various government programs such as the Cooperation Agreement on Agri-Food Development. The Board will identify the cost of all its programs, with the benefits derived from them. The communications effort of the Board with its members will be increased by use of the newsletter. The Board will also attempt to enhance the industry's image with consumers.

Left to right, standing: Willis Anderson, Sussex; Glen Price, Woodstock/Fredericton; Gerald Langelaan, Moncton; Percy Waddy, Moncton; Roger Kaye, Bathurst/Dalhousie/Tracadie; Albert Neill, Fredericton. Sitting: Jacques Laforge, 1st Vice-Chairman, Northwest; Marny Robinson, Corporate Secretary; John Robinson, Chairman, Sussex; Valerie Carmichael, Woodstock; Everett Taylor, 2nd Vice-Chairman, Miramichi.

•Board of Directors and Staff

During the 1989/90 dairy year, John Robinson was elected Chairman of the Board, following the resignation of Percy Waddy. Valerie Carmichael was elected Director representing Area 1 for a term to expire following the 1992 Annual Meeting. Albert Neill in Area 3, Gerald Langelaan in Moncton, and Jacques Laforge in Nord-Ouest were re-elected by acclamation for the same term.

Fourteen directors' meetings and one conference call were held during the year. The annual Planning Session was held in late August to develop long- and short-term plans and strategies. A two-day information and planning meeting was held in Fredericton in March with Local Milk Committee representatives.

The NBMMB employs a staff of forty-two in five divisions: Finance, Computer and Producer Services, Transportation, Raw Milk Marketing, and Promotion/Communication.

• Milk Production and Supply Management

In 1989/90 milk producers shipped 129,826,000 litres of milk with a total value of $66,031,000. Producer numbers in the province at year end were 461 milk producers and 95 cream producers, for a total of 556 dairy farm operations. These numbers represent a decrease of three milk producers and 20 cream producers from the previous year.

In the 1989/90 dairy year, New Brunswick milk and cream producers shipped 2,270,064 kgs of butterfat which was 104.66% of the provincial allotment and 104.62% of MSQ issued.

Cream producers shipped 105,149 kgs, or 99.3% of their issued MSQ. Milk producers shipped 2,221,447 kgs, or 104.89% of their issued MSQ.

• Milk Prices and Producer Payment

Effective January 1, 1990, the prices of Classes I and II milk were increased to $59.80 per hectolitre from $58.30 and $57.00 respectively, resulting in respective increases of $1.50 and $2.80 per hectolitre during the 1989/90 fiscal year. The blend price for June 30, 1990, was $42.38 per hectolitre.

• Quota

The volume of Fluid Milk Quota as at June 30, 1990, was 256,432 litres per day. Class I sales were 182,896 litres per day, and production was 390,153 litres per day, in June 1990.

The New Brunswick allotment of Market Sharing Quota on August 1, 1989, was 2,234,000 kgs of butterfat. The allotment was reduced to 2,169,000 kgs on February 1, 1990.

The amount of quota issued to producers was reduced by 1-1/2% on November 1, 1989, and by 3% on April 1, 1990, to reflect lower consumer demand for butterfat.

The Fluid Milk Quota market clearing price on the exchange ranged between $230.00 and $282.00 per litre. The Unused Market Sharing Quota price on the exchange ranged between $.055 and $0.851 per litre, while the Used Market Sharing Quota ranged between $0.40 and $0.492 per litre, during the 1989/90 fiscal year.

• Producer Services

The major projects under Producer Services continue to be the Dairy Business Analysis Project, commonly referred to as the "Cost-of-Production Study", and the Udder Health Program.

• New Brunswick Dairy Business Analysis Project

The 1989 NBDBA Project was completed in May 1990. Raw data was available to the Canadian Dairy Commission before their May 31 deadline. New Brunswick data, along with Ontario and Québec data, is introduced into the CDC's pricing formula. The CDC, under guidelines from the Minister of Agriculture and with the advice of the Consultative Committee, determines a fair return to milk producers for their product.

• Udder Health

The Udder Health Program strives to improve the mastitis management of dairy producers. In the 1989/90 fiscal year, 11 additional producers used the service for the first time, adding to repeat calls or follow-up visits. The Udder Health Specialist was involved in workshops for provincial veterinarians and in milk-grading courses. A stray-voltage seminar, cosponsored by the Board, NB Power and NB Agriculture, was presented on separate occasions to producers, agricultural staff, electricians, and NB Power staff. Work on a mastitis-research project at Nova Scotia Agricultural College continues. As in previous years, Udder Health visits were conducted on Nova Scotia dairy farms.

• Graduated Entry

During the 1989/90 fiscal year, five new applicants were accepted in the Graduated Entry program. The number of producers actively participating in the program is 17, with a total quota allotment of 2,962 litres of daily FMQ over the past 5 years.

Year Begun	Producers	FMQ Issued
1986	4	292
1987	2	93
1988	4	139
1989	2	145
1990	5	219
1990 Allotment:	17	888

• Milk Quality

Milk Quality continues to be a top priority with the Board. As reported last year, two programs were introduced to further enhance raw-milk quality. The Quality Awards Program, recognizing producers who consistently maintain an exemplary level of quality and sanitation for a 12-month period, has completed the first 12 months. Sixty-one producers qualified for this award, meeting the following criteria: 11 of 12 months with a Standard Plate Count of less than 5,000 bacteria per ml; 11 of 12 months Somatic Cell Count less than 250,000 cells per ml; 10 of 12 months Lab Pasteurization Count less than 100 bacteria per ml; no added water or inhibitor infractions for 12 months, and a dairy farm inspection report of 91% or higher for 12 months.

The research program, focusing on forage-related milk-flavour problems under the direction of Dr. Ed Charmley, has been ongoing for more than a year. This project is fully funded by the Livestock Feed Development Agreement and is administered by the Board. Personnel from Agriculture Canada, the New Brunswick Department of Agriculture (NBDA), the Farm Products Marketing Commission (FPMC) and the New Brunswick Milk Marketing Board serve on a committee which has regular meetings for the purpose of monitoring the progress of, and giving direction to, the project. Field studies on a number of herds have been conducted, as well as research on a selected portion of the dairy herd at the Agriculture Canada Research Station in Fredericton. Numerous interesting observations have been made and the project will be continuing for the next few months, hopefully providing causes of, and cures for, several flavour problems.

Staff from processors, the Commission and the Board continue to monitor bulk milk tank samples for flavours on a weekly basis from November through May and bi-weekly from June through October. Producers who have a milk sample with a flavour defect are notified by letter and chronic flavour problems are followed up by a visit to the farm by FPMC or NBDA personnel. This effort has resulted in significant reductions in consumer complaints concerning milk flavours.

The Milk Quality Technical Committee, consisting of personnel from processors, the Board, the FPMC and the NBDA meet regularly to address milk quality problems in all areas of the industry. During the past year this committee has made several recommendations to various agencies for the purpose of improving milk quality from the farm to the consumer. These recommendations include implementing regulations requiring all milk-delivery vehicles to be equipped to maintain acceptable temperatures for milk, and using monies collected from the quality penalty program to help fund the Quality Award program.

• Raw Milk Distribution

Raw milk transportation is an area of significant cost. Changes in processing and production patterns, in conjunction with increases in costs of labour, fuel and repair parts, have been responsible for an increase of 6.9% in the transportation rate from June 1989 to June 1990. Secondary or diverted transportation has been reduced, with more routes going directly from the farm to processing plants, rather than being re-routed from one plant to another. This change, although reducing diverted kilometers, has increased the average route length from 258 to 278 kms. The number of loads transported dropped from approximately 7,100 to 6,850, with the average load size increasing from 18,647 to 18,935 litres.

Eighteen units are in use for farm pickup of milk: 1 single-axle truck, 6 tandem-axle trucks, 4 tandem-axle tractor-trailers, and 7 tri-axle tractor-trailers. Four additional tri-axle tractor-trailers are designated for use as spares, transporting milk from the northern area of the province after pickup and meeting spring weight-restriction and seasonality requirements.

The "Truckstops" computer software program continues to be used to find the most-efficient routing possible. Routes are discontinued in the months of lower production, with the milk from these routes used to fill other tankers picking up in that particular area.

The milk storage depot in Sussex continues to be busy, with approximately 2,600 loads per year being received. Although recent reductions in MSQ have reduced total litres received in 1989/90 by 2 million litres from the previous year, there were still 50 million litres handled in this facility.

Work is continuing in the area of monitoring shrinkage between the dipstick readings and plant meters. Accuracy checks of the bulk tanks by the tank-mounted meter are verified by hand calibration of tanks found to be inaccurate. An in-depth analysis of shrinkage is being carried out, and a report with recommendations on how to reduce shrinkage will be presented to the Board when completed.

• Promotion Product Demand Highlights

Total demand for milk and dairy products declined in the past year. The domestic demand for industrial milk was down 2.6% for the 1989/90 dairy year. At retail, total cheese was down 1.0% while butter was down 3.0%. Total fluid retail demand was down 1.27% from the previous dairy year, with Class I down 1.46% and Class II up 4.13%.

• **Industrial Milk Promotion Highlights**

The Dairy Bureau of Canada continued its promotion of both cheese and butter through the introduction of new commercials. Kate and Jimmy were introduced in March as the latest stars of the Bureau's cheese commercials, replacing the memorable "Scott and Joey" series. This campaign was also complemented by billboard advertising.

T.V. Creative for Butter "Bread (Lambada)" and "Dance of the Asparagus" aired in May. In addition to this, 15-second commercials for "Corn" and "Carrots" were slated for release in late summer. This campaign replaces the one launched in 1986, "Mellow Yellow . . Butter It".

The Bureau's scientific and nutrition research division continues to serve the industry by both defending the benefits of dairy products and finding new products.

Similarly the market and economic research division continues to play an essential role in both the Dairy Bureau's and the Milk Marketing Board's activities by building solid foundations on which marketing initiatives are built.

The Board continues to provide provincial monitoring and implementation support for Bureau programs through its promotion staff.

• **Fluid Milk Promotion Highlights**

Based on market research, the Board's Promotion Department followed these target priorities for its fluid milk promotion efforts:

1. *Out-of-Home*
   Young Adults (18-34 years)
   Teens (12-17 years)
2. *Ingredient:*
   Homemakers (18-49 years)

The Maintain Your Cool milk television advertising, aimed at the teen and young adults markets, was used again this year. The overall objective of the campaign was to increase milk consumption within the target groups, to position milk as a modern beverage and to reinforce out-of-home consumption.

Research indicates that awareness continues to be extremely high among the target groups (92%), especially in the 12-17 age group.

The School Milk Program, aimed at the pre-teen market, continued to maintain milk's visibility in schools. One hundred and eleven elementary schools participated in the program out of a possible 154 schools. Research indicates that a higher level of one-on-one contact with the principals and school milk coordinators would improve overall awareness and participation.

The out-of-home campaign for the '90 summer was aimed at the lunch-hour consumer through a Choc on the Rocks restaurant campaign. Choc on the Rocks was also promoted to the pre-teen and teen markets through various contests at exhibitions, fairs and other community events. Choc on the Rocks billboards complemented this campaign.

For the second straight year the Moo-Mobile was an added attraction at many summer events and generated a great deal of publicity for the Board.

The 1990 Dairy Princess and Milk Rider played an essential part in the summer's promotion and public relations activities.

They attended many special events from May to September, generating a tremendous amount of publicity for milk and other dairy products.

Projects emphasizing the ingredient market continued during the year. A provincial distribution of 174,000 milk calendars encouraged the use of milk as a cooking ingredient. Dairy recipes were distributed to consumers at fairs and exhibitions. The total number of milk cookbooks sold as of June 30, 1990, was 850.

• **Public Relations Highlights**

The level of public relations activities continued to increase during the year. Through the Board's Local Area Public Relations (LAPR) program, many Local Milk Committees became involved in the promotion of milk and other dairy products. During the year an information session was held for all Local Area Public Relations Chairmen. This session provided each representative with the opportunity to see what public relations activities were taking place in other regions of the province. Support materials such as the slide presentation, "The Story of Milk from Farm to Family", and a coloring book under the same title were prepared for Local Area Public Relations Committees.

The $750 G.B. Whalen Memorial Scholarship for 1989/90 was awarded to Mr. John Schenkels of Red Bank. Mr. Schenkels is enrolled in his third year of a Bachelor of Science in Agriculture program at the Nova Scotia Agricultural College.

Janet Jagoe of Stonehaven received the 1989/90 Milk Marketing Board Technology Scholarship of $500. Miss Jagoe is enrolled in her second year of the Agriculture Training Program at the Woodstock Community.

• **Dairy Princess**

The 1990 Dairy Princess is Diane Cormier. Diane and our Milk Rider, Nicole LeBlanc, had a busy summer visiting elementary schools, fairs, exhibitions and other community events.

They emphasized the summer Choc on the Rocks Campaign through contests such as milk chug-a-lugs. They also had the opportunity to promote butter through corn-on-the-cob eating contests. Diane is continuing her studies in Business Administration at the Université de Moncton and Nicole has returned to the Université de Sherbrooke where she is studying medicine.

The New Brunswick Milk Marketing Board

• Balance Sheet

as at June 30, 1990

• Assets	1990	1989
Current Assets		
Cash	$ 3,626	$ 4,086
Accounts receivable	5,886,165	4,623,791
Inventories	42,965	39,410
Marketable securities (quoted market value 1990, $740,195; 1989, $753,816	750,359	747,329
Prepaid expenses	30,447	29,307
	6,713,562	5,443,923
Funds and Investment		
Promotion		8,635
Investment - R & G Transport Ltd., equity basis	488,848	728,156
	488,848	736,791
Fixed Assets, at cost **(note 1)**		
Land, lagoon and roadways	285,829	285,829
Buildings	840,583	812,220
Bulk milk storage equipment	823,132	747,869
Office furniture and equipment	148,292	130,055
Computer equipment and software	278,186	271,851
Automobiles and trucks	122,344	164,247
Equipment under capital lease	38,056	
	2,536,422	2,412,071
Less accumulated depreciation	1,243,611	1,105,478
	1,292,811	1,306,593
	$8,495,221	$7,487,307

• Liabilities	1990	1989
Current Liabilities		
Bank overdraft	$2,776,847	$1,312,630
Accounts payable and accrued liabilities (note 3)	3,905,051	3,909,535
Current portion of obligation under capital lease	9,930	
	6,691,828	5,222,165
Funds		
Promotion	16,199	
Indemnity	753,789	751,219
	769,988	751,219
Obligation under capital lease (note 4)	23,216	
Surplus		
Contributed surplus	37,608	37,608
Retained income	972,581	1,476,315
	1,010,189	1,513,923
	$8,495,221	$7,487,307

Notes

1. All fixed assets are stated at cost and with the exception of data processing software are being depreciated on the diminishing balance method at the following annual rates:

Roadways	8%
Lagoon	2-1/2%
Buildings	5%
Bulk milk storage equipment	20%
Office furniture and equipment	20%
Data processing equipment	30%
Data processing software	5 years
Vehicles	30%
Equipment under capital lease	20%

   The cost of various fixed assets have been reduced by $95,553 related to government assistance received.
2. The bank loan is secured by a general assignment of debts, a fixed and floating charge debenture, and assignment of fire insurance.
3. Accounts payable and accrued liabilities include an amount of $358,677 (1989, $482,430) being the unremitted portion of market sharing quota levies collected to year ended June 30, 1990 and $476,891 (1989, $415,263) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.
4. The minimum lease payments due under the capital lease total $44,776 for the next five years. This figure includes interest of $11,630 and payments due within the next year of $9,930.

• Auditors' Report

To the Members of the New Brunswick Milk Marketing Board.

We have examined the balance sheet of the New Brunswick Milk Marketing Board as at June 30, 1990 and the statements of income and retained income and changes in cash resources for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Board as at June 30, 1990 and the results of its operations and the changes in its cash resources for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Sussex, New Brunswick
October 31, 1990

Buckley & Nixon
Chartered Accountants

Approved by the Board

Roger C. Kaye
Director

Percy B. Waddy
Director

• Statement of Income and Retained Income

Year Ended June 30, 1990

Income	**1990**	1989
Producer fees	**$ 401,818**	$ 372,912
Allocation from pool operations	**107,374**	205,052
Allocation from (to) Quota Fund	**(104,567)**	214,024
Service fees	**1,072,136**	951,287
Lease	**138,244**	108,225
Interest	**131,570**	86,397
Other	**208,507**	88,682
	1,955,082	2,026,579
Expenses		
Administrative (note 5)	**1,058,695**	874,875
Policy development (note 6)	**191,706**	147,349
Local milk committees	**35,947**	39,205
Transportation and drivers	**731,328**	644,850
Annual meeting	**32,585**	36,404
Other meetings	**23,228**	28,604
Milk storage	**93,053**	102,727
Depreciation	**52,966**	63,264
	2,219,508	1,937,278
Excess income over expenses (expenses over income)	**(264,426)**	89,301
Investment loss, R & G Transport Ltd.	**(239,308)**	(73,336)
Retained income at beginning of year	**1,476,315**	1,460,350
Retained income At End Of Year	**$ 972,581**	$1,476,315

Notes

5. Administrative expenses do not include $42,864 (1989, $238,722) allocated to the Promotion Fund and Transportation Expenses.
6. Policy development expenses include remuneration and operating expenses of the Board Members.

• Statements of Changes In Cash Resources

Year Ended June 30, 1990

Cash Resources Derived From	**1990**	1989
Operations		
Income		$15,965
Items not involving cash resources		
Depreciation		199,911
Loss on disposals		1,214
Gain on investment		73,336
		290,426
Proceeds on disposals	**$31,115**	11,713
	31,115	302,139
Cash Resources Applied To		
Operations		
Loss	**503,734**	
Items not involving cash resources		
Depreciation	**(176,658)**	
Gain on disposals	**1,577**	
Loss on investment	**(239,308)**	
	89,345	
Working capital from operations	**1,214,034**	74,076
Additions to fixed assets	**192,413**	97,757
	1,495,792	171,833
Increase (Decrease) in Cash Resources Deficiency	**1,464,677**	(130,306)
Cash resources deficiency beginning of year	**1,308,544**	1,438,850
Cash Resources Deficiency End Of Year	**$2,773,221**	$1,308,544
Cash Resources Deficiency Cash overdraft	**$2,773,221**	$1,308,544

Note

7. It is the policy of the Board to maximize the return on funds retained as working capital by investing in deposit receipts and similar interest earning arrangements.

• Pool Operations

Year Ended June 30, 1990

	1990	1989
Milk Quantities ('000' litres)	**129,792**	132,292
Milk Value		
Sales	**$66,144,585**	$65,940,095
Purchases	**65,973,409**	65,734,628
Payable to producers at end of year	**171,176**	205,467
Transportation		
Recovered from producers	**3,230,938**	3,118,050
Expense	**3,294,740**	3,118,465
Recoverable from producers at end of year	**63,802**	415
Allocated To Income	**$ 107,374**	$ 205,052

• Statement of Quota Funds

Year Ended June 30, 1990

	Fluid Quota		Market Sharing Quota				All Quota	
			Unused		Used			
	1990	1989	**1990**	1989	**1990**	1989	**1990**	1989
Receipts	**$1,144,935**	$930,864	**$804,351**	$956,911	**$156,945**	$69,934	**$2,106,231**	$1,957,709
Disbursements	**1,277,347**	752,961	**805,751**	926,445	**127,700**	64,279	**2,210,798**	1,743,685
Changes in the year	**132,412**	(177,903)	**1,400**	(30,466)	**(29,245)**	(5,655)	**104,567**	(214,024)
Allocation to (from) income	**(132,412)**	177,903	**(1,400)**	30,466	**29,245**	5,655	**(104,567)**	214,024
Balance At End Of Year	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil

Note

8. Receipts and disbursements for quota are made by the Board after the market clearing prices have been established. The market clearing price is the price at which the volume of quota offered for sale is equal to, or most nearly equal to, the volume of bids to purchase quota.

• Statement of Promotion Funds

Year Ended June 30, 1990

Receipts during year	**1990**	1989
Pool milk (note 9)	**$931,023**	$928,733
Other	**65,458**	63,153
	996,481	991,886
Disbursements during year		
Industrial promotion (note 10)	**350,141**	358,652
New Brunswick Milk Foundation	**50,433**	50,799
Research and development	**10,409**	14,277
Fluid promotion		
Television costs	**165,414**	191,371
Dairy Bureau of Canada	**5,311**	6,606
School milk	**19,603**	36,900
Other programs	**71,243**	77,816
Public relations	**68,666**	93,326
Administrative	**230,427**	193,901
	971,647	1,023,648
Increase (Decrease) For The Year	**24,834**	(31,762)
Accumulated funds at beginning of year reserved for promotion	**(8,635)**	23,127
Balance At End Of Year	**$ 16,199**	$ (8,635)

Notes

9. Collections on pool milk for promotion purposes were increased effective January 1, 1990 from 70.2¢ to 73.2¢ per hectolitre in respect of all shipments.
10. Disbursements to the Dairy Bureau of Canada for industrial promotion were 60¢ per hectolitre of market sharing quota shipments by all producers. This rate was changed to 62¢ per hectolitre in June 1990.

• Indemnity Fund

Year Ended June 30, 1990

Receipts during year	**1990**	1989
Interest earned	**$ 68,074**	$ 65,629
Advances		(6,995)
	68,074	58,634
Disbursements during year		
Calendar project	**65,504**	57,415
Increase For The Year	**2,570**	1,219
Balance at beginning of year	**751,219**	750,000
Balance At End Of Year	**$753,789**	$751,219

• Market Sharing Quota Levies

Year Ended June 30, 1990

	1990	1989
Payable to CDC at beginning of year	**$ 897,693**	$ 959,166
Net collections from producers	**2,348,795**	1,967,777
	3,246,488	2,926,943
Disbursements to CDC	**2,410,919**	2,029,250
Payable to CDC at end of year (note 11)	**$ 835,569**	$ 897,693

Note

11. Payable to CDC at end of year includes $476,891 (1989, $415,263) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

La Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick

Rapport annuel 1990

• Message du président

En tant que président de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick et en tant que producteur, j'ai des sentiments partagés au sujet de la dernière année. Il règne beaucoup d'inquiétude au sein de l'industrie en ce qui concerne les résultats des négociations du GATT. Beaucoup de temps et d'énergie ont été consacrés à exercer des pressions au nom des producteurs laitiers afin d'aboutir à une solution favorable. Il est à espérer que nous ne serons pas déçus des résultats. Nous avons aussi consacré beaucoup de temps à travailler avec le Groupe de travail sur la politique laitière nationale. Il est très important qu'une nouvelle politique laitière de longue durée soit établie en 1991 afin de voir à la santé continue de notre industrie laitière.

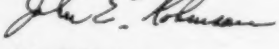
La restructuration de notre organisme a exigé beaucoup de temps et de ressources de la Régie au cours de la dernière année. Je souhaite bientôt voir cette situation enfin réglée. Nous devons nous pencher sur d'autres questions auxquelles l'industrie laitière doit faire face.

Des changements dans la demande des consommateurs pour du lait à basse teneur en matière grasse et d'autres produits laitiers à faible teneur en gras signifient que nous devons repenser notre approche de mise en marché pour les années 90. Nous devons adopter un système de fixation des prix à composantes multiples dès que possible. La formule de fixation des prix pour les producteurs doit tenir compte du genre de lait que les consommateurs achètent.

Afin de conserver notre part actuelle du marché des aliments et des boissons, nous devons adopter des politiques de vente plus vigoureuses. Nous devons transmettre au consommateur le message que le lait reste toujours «l'aliment naturel le plus complet».

La viabilité de notre industrie laitière dépendra en grande partie de notre réaction aux problèmes et débouchés qui seront apportés par la nouvelle réglementation du GATT ainsi que l'accord commercial canado-américain. Aussi, la diminution des restrictions frontalières interprovinciales exigera une mise en marché du lait visant davantage les marchés régionaux.

Comme il va falloir faire face à ces situations dans un proche avenir, il est indispensable que tous les producteurs travaillent de pair par l'entremise de leur organisme afin de voir à la durabilité de l'industrie laitière au Nouveau-Brunswick.



John Robinson
Président

•Objectif

L'objectif de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick est d'améliorer le revenu, la stabilité et l'équité des producteurs de lait du Nouveau-Brunswick.

Pour atteindre cet objectif, la Régie s'est fixé certains buts. Les efforts de mise en marché de la Régie doivent être augmentés. Nous devons adopter une approche plus déterminée en nous appuyant sur les résultats des recherches en nutrition et en santé humaine. En travaillant de pair avec tous les intervenants, nous devons étudier les nouveaux produits qui augmenteraient les ventes de lait et de produits laitiers. Nous devons examiner les possibilités de mise en commun de produits à l'échelle régionale et nous devons élaborer des propositions afin d'obtenir des avantages optimaux pour l'industrie laitière.

On procédera à la restructuration des activités de la Régie afin de séparer nettement les actvités de la mise en marché du lait des autres activités dans lesquelles la Régie s'est engagée au cours des années. Les activités de la Régie seront financées par des prélèvements sur le lait vendu, par la location des actifs actuels de la Régie (terrains et édifices) et par de l'aide financière extérieure offerte de temps à autre par l'entremise de programmes gouvernementaux, comme l'Entente sur le développement agro-alimentaire. La Régie calculera le coût de chacun de ses programmes ainsi que les bénéfices qui en découlent. La Régie publiera un bulletin afin d'intensifier la communication avec ses membres. La Régie essayera également d'améliorer l'image de l'industrie laitière auprès des consommateurs.

Gauche à droite, debout: Willis Anderson, Sussex; Glen Price, Woodstock/Fredericton; Gerald Langelaan, Moncton; Percy Waddy, Moncton; Roger Kaye, Bathurst/Dalhousie/Tracadie; Albert Neill, Fredericton. Assis: Jacques Laforge, 1er vice-président, Nord-ouest; Marny Robinson, sécrétaire; John Robinson, président, Sussex; Valerie Carmichael, Woodstock; Everett Taylor, 2e vice-président, Miramichi.

• Conseil d'administration et personnel

Durant l'année laitière 1989-90, John Robinson a été élu président du conseil à la suite de la démission de Percy Waddy. Valerie Carmichael a été nommée administratrice de la région 1 pour un mandat se terminant après l'assemblée annuelle de 1992. Albert Neill dans la région 3, Gerald Langelaan dans la région de Moncton et Jacques Laforge dans la région du nord-ouest ont été réélus par acclamation pour le même mandat.

La Régie a tenu 14 réunions et une téléconférence durant l'année. La séance de planification annuelle en vue d'élaborer des plans et stratégies à court et à long termes a eu lieu à la fin d'août. Une séance d'information et de planification de deux jours à eu lieu à Fredericton en mars avec des représentants des comités locaux.

La Régie compte 42 employés oeuvrant dans cinq divisions : finances et services informatiques, services aux producteurs, transport, mise en marché du lait cru et promotion et communication.

• Production laitière et gestion des approvisionnements

En 1989/90, les producteurs de lait ont expédié 129 826 000 litres de lait pour une valeur totale de 66 031 000 $. A la fin de l'année, la province comptait 461 producteurs de lait et 95 producteurs de crème, soit 556 exploitations laitières au total. La province compte trois producteurs de lait et 20 producteurs de crème de moins que l'année précédente.

Au cours de l'année laitière 1989-1990, les producteurs de lait et de crème du N.-B. ont expédié 2 270 064 kg de maitière grasse, soit 104,66 % de l'allocation provinciale et 104,62 % du QMM attribué.

Les producteurs de crème ont expédié 105 149 kg, soit 99,3 % du QMM attribué. Les producteurs de lait ont expédié 2 221 447 kg, soit 104,89 % de leur QMM.

• Prix du lait et paiements aux producteurs

A compter du 1er janvier 1990, les prix du lait des classes I et II ont passé de 58,30 $ et 57 $ respectivement à 59,80 $ l'hectolitre, ce qui représente une augmentation respective de 1,50 $ et 2,80 $ l'hectolitre pour l'année financière 1989-1990. Le prix mixte s'établissait à 42,38 $ l'hectolitre au 30 juin 1990.

• Quotas

Au 30 juin 1990, le volume de QLC était de 256 432 litres par jour. En juin 1990, les ventes de lait de classe I s'élevaient à 182 896 litres par jour et la production était de 390 153 litres par jour.

Le QMM attribué au N.-B. 1er août 1990 s'établissait à 2 234 000 kg de matière grasse. Le QMM a été diminué à 2 169 000 kg le 1er février 1990.

Le QMM attribué aux producteurs a été réduit de 1,5 % le 1er novembre 1989 et de 3 % le 1er avril 1990 pour tenir compte d'une diminution de la demande en matière grasse de la part des consommateurs.

Les QLC se sont transigés à la bourse des quotas entre 230 $ et 282 $ le litre. Le prix du QMM non utilisé à la bourse a varié entre 0,55 $ et 0,851 $ le litre, tandis que celui du QMM utilisé a varié entre 0,40 $ à 0,492 $ le litre durant l'année financière 1989-1990.

• Services aux producteurs

Les principales activités au chapitre des services aux producteurs demeurent le Projet d'analyse de l'activité de production laitière (communément appelé l'étude sur le coût de production) et le Programme d'hygiène du système mammaire.

• Projet d'analyse de l'activité de production laitière au Nouveau-Brunswick

Le Projet d'analyse pour l'année 1989 s'est terminé en mai 1990. Les premiers résultats ont été mis à la disposition de la Commission canadienne du lait avant la date limite fixée au 31 mai. Les résultats du Nouveau-Brunswick, en plus de ceux de l'Ontario et du Québec, ont été introduits dans la formule de la CCL. La CCL, en application des lignes directrices établies par le ministre de l'Agriculture et le comité consultatif, détermine un retour équitable aux producteurs de lait pour leur produit.

• Programme d'hygiène du système mammaire

Le Programme d'hygiène du système mammaire a pour but d'aider les producteurs à améliorer le traitement de la mammite. Au cours de l'année financière 1989-1990, onze nouveaux producteurs ont utilisé le service pour la première fois, ce qui augmente le nombre d'appels et de visites d'observation. Le spécialiste du système mammaire a organisé des ateliers pour les vétérinaires provinciaux et des cours de classification du lait. Un colloque sur les courants parasites, organisé par la Régie, Energie N.-B. et Agriculture N.-B., a été présenté à différentes occasions aux producteurs, au personnel d'Agriculture N.-B., aux électriciens et au personnel d'Energie N.-B. Les travaux de recherche se poursuivent au collège d'agriculture de la Nouvelle-Ecosse. Comme par le passé, le spécialiste du système mammaire a effectué des visites aux producteurs laitiers en Nouvelle-Ecosse.

• Intégration graduelle

Au cours de l'année financière 1989-1990, il y a eu cinq candidats au programme d'intégration graduelle. En ce moment, 17 producteurs participent au programme, ce qui donne un quota de 2 962 litres du QLC quotidien pendant les cinq dernières années.

Début	Producteurs	QLC attribué
1986	4	292
1987	2	93
1988	4	139
1989	2	145
1990	5	219
Attribution en 1990 :	17	888

• Qualité du lait

La qualité du lait est toujours une question prioritaire pour la Régie. Comme il a été signalé l'an dernier, deux programmes ont été créés pour augmenter la qualité du lait cru. Le programme de trophées, mis sur pied pour reconnaître les producteurs qui maintiennent une qualité du lait et des conditions sanitaires exemplaires pendant 12 mois, a terminé sa première année. Soixante et un producteurs sont en droit de recevoir un trophée puisqu'ils ont respecté les critères suivants : un dénombrement sur plaque de moins de 5 000 bactéries par mL pendant 11 mois sur 12; un dénombrement de cellules somatiques de moins de 250 000 cellules par mL pendant 11 mois sur 12; un dénombrement de pasteurisation en laboratoire de moins de 100 bactéries par mL pendant 10 mois sur 12; aucune infraction en matière d'ajouts en eau ou d'inhibiteur pendant 12 mois et un rapport d'inspection de 91 % ou plus pendant 12 mois.

Le programme de recherche sur le mauvais goût du lait causé par l'alimentation animale. Sous la direction du Dr. Ed Charmley, est en cours depuis plus d'un an. Ce projet est entièrement financé par l'Entente sur le développement du secteur des aliments pour animaux et est géré par la Régie. Des personnes d'Agriculture Canada, du ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick, de la Commission de commercialisation des produits agricoles du N.-B. et de la Régie de mise en marché du lait du N.-B. font partie d'un comité qui se réunit régulièrement pour surveiller et diriger le projet. Des études ont été menées sur un certain nombre de troupeaux et des recherches ont été effectuées sur une partie du troupeau laitier à la station de recherche d'Agriculture Canada à Fredericton. Plusieurs observations intéressantes ont été faites et le projet se poursuit pendant quelques mois encore; il est à espérer qu'il permettra de déterminer les causes de plusieurs problèmes de mauvais goût et de trouver des solutions à ces problèmes.

Le contrôle des échantillons pris des bassins de lait en vrac pour la détection des mauvais goûts est effectué par un personnel représentant les transformateurs, la Commission et la Régie sur une base hebdomadaire de novembre à mai et bi-hebdomadaire de juin à octobre. Les producteurs sont avisés par lettre si leur échantillon de lait a mauvais goût. Les problèmes de mauvais goût qui persistent font l'objet d'une visite de membres du personnel de la CCPA ou du MANB. Ces démarches ont abouti à une réduction considérable des plaintes de la part des consommateurs sur le mauvais goût du lait.

Le comité technique sur la qualité du lait, composé de représentants des transformateurs, de la Régie, de la CCPA et du MANB, se réunit régulièrement pour traiter des problèmes de la qualité du lait dans tous les secteurs de l'industrie. Au cours de la dernière année, ce comité a fait plusieurs recommandations à différents organismes afin d'améliorer la qualité du lait. Parmi ces recommandations, notons l'adoption de règlements pour exiger que tout véhicule qui transporte le lait soit muni d'équipment permettant de maintenir le lait à une température acceptable, et l'utilisation de l'argent provenant du programme d'amendes pour aider à financer le programme de Reconnaissance du producteur de l'année.

• Distribution du lait cru

Le transport du lait cru est une activité qui coûte cher. Les changements dans la transformation et la production, accompagnés d'augmentations du coût de la main-d'oeuvre, du carburant et des pièces de rechange, ont augmenté le coût du transport de 6,9 % entre juin 1989 et juin 1990. Le transport secondaire a été réduit. Il y a aussi eu augmentation du nombre d'itinéraires à partir de l'exploitation pour se rendre directement à l'usine de transformation, plutôt que d'une usine à une autre. Ce changement, bien qu'il réduit le nombre de kilomètres à parcourir, a augmenté la distance moyenne des itinéraires de 258 km à 278 km. Le nombre moyen de charges est passé d'environ 7 100 à 6 850 et le volume moyen a augmenté de 18 647 à 18 935 litres.

Dix-huit camions-citernes ramassent le lait chez les producteurs: un camion six roues, six camions à essieux tandem, quatre camions-remorque à essieux tandem et sept camions-remorque tridem. Quatre autres camions-remorque tridem sont utilisés au besoin pour transporter le lait à partir des régions rurales dans le nord de la province et pour se conformer aux exigences de poids le printemps ainsi qu'aux normes saisonnières.

Le logiciel «Truckstop» sert toujours à tracer les itinéraires les plus efficaces. Certains itinéraires ne sont pas utilisés durant les mois où la production est moins élevée; le lait provenant de ces régions sert donc à remplir les autres camions-citernes qui circulent dans la région.

L'entrepôt de lait à Sussex continu d'être fort occupé et reçoit environ 2 600 chargements de lait par année. En raison des récentes diminutions du QMM, la quantité de lait reçue à l'entrepôt en 1989-1990 était de deux millions de litres inférieure à celle reçue l'an dernier. Malgré cette baisse, un total de 50 millions de litres de lait y ont été entreposés.

Les travaux de contrôle se poursuivent afin de déterminer la raison pour laquelle il y a divergence entre les lectures de la jauge et celles des compteurs de l'usine. Si la lecture donnée par le compteur installé sur le bassin en vrac s'avère inexacte, on procède à une vérification par étalonnage manuel. Une étude approfondie est en cours et un rapport sera présenté à la Régie accompagné de recommandations pour réduire cette divergence.

• Promotion

Faits saillants - les ventes

La consommation totale du lait et des produits laitiers a diminué au cours de l'année dernière. La demande intérieure pour le lait de transformation a diminué de 2,6 pour cent pour l'année laitière 1989-1990. Au détail, les ventes totales pour le fromage ont diminué de 1,0 pour cent tandis que celles du beurre ont diminué de 3,0 pour cent. La demande totale pour le lait de consommation au détail a diminué de 1,27 pour cent comparativement à l'année laitière précédente; la classe I a diminué de 1,46 pour cent et la classe II a augmenté de 4,13 de pour cent.

• **Faits saillants**
- lait de transformation

Le Bureau laitier du Canada continue de promouvoir le beurre et le fromage avec des nouvelles annonces télévisées. «Julie et Simon» ont débuté en mars et remplacent le duo inoubliable de «Mathieu et François». Des panneaux-réclame ont aussi été utilisés pour promouvoir ces produits.

Les nouvelles annonces pour le beurre, «la lambada du pain» et «la danse des asperges», ont été diffusées en mai. De plus, des annonces de 15 secondes pour le «maïs» et les «carottes» doivent paraître à la télévision vers la fin de l'été. Cette campagne publicitaire remplace celle intitulée «Le soleil . . . Mettez-y du beurre», lancée en 1986.

Le service de recherche scientifique et de nutrition du Bureau continue de servir l'industrie en faisant connaître les bénéfices des produits laitiers et en créant de nouveaux produits.

De même, le service de la recherche du marché et de l'économie continue de jouer un rôle important dans les activités du Bureau laitier et de la Régie, constituant une base solide sur laquelle des initiatives de mise en marché peuvent être mises sur pied.

La Régie effectue toujours un contrôle provincial et appuie les programmes du Bureau avec l'aide du personnel de la promotion.

• **Faits saillants**
- lait de consommation

En se fondant sur une recherche du marché, le service de promotion de la Régie a poursuivi ses activités dans les secteurs suivants :

1. *Consommation hors-foyer*
Jeunes adultes (18 à 34 ans)
Adolescents (12 à 17 ans)

2. *Ingrédients :*
Ménagères (18 à 49 ans)

Les annonces publicitaires «Fait lait frais» pour la télévision, qui visent les adolescents et jeunes adultes, ont été télédiffusées cette année encore. Les objectifs de la campagne sont d'augmenter la consommation du lait chez le groupe cible, de présenter le lait comme une boisson moderne et d'encourager la consommation hors-foyer.

Les études démontrent que la sensibilisation continue d'être extrêmement élevée parmi les groupes cibles (92%), plus particulièrement chez le groupe des 12 à 17 ans.

Le programme de consommation de lait dans les écoles, destiné au marché des préadolescents, continue de maintenir la visibilité du lait dans les écoles. Des 154 écoles élémentaires pouvant participer au programme, 111 y ont pris part. Des étdues indiquent qu'une plus grande communication individuelle entre les directeurs et les coordonnateurs de lait dans les écoles augmenterait la sensibilisation et la participation.

Les efforts de publicité pour l'été 1990 visaient les consommateurs du repas du midi avec la campagne «Choc on the Rocks» dans les restaurants. Cette promotion visait aussi le marché des préadolescents et des adolescents par l'entremise de concours divers pendant les expositions, les foires et les autres activités communautaires. Des panneaux-réclame «Choc on the Rocks» faisaient également partie de cette campagne.

Pour la deuxième année consécutive, la fourgonnette Moo-Mobile était présente à de nombreuses activités estivales et a fait énormément de publicité pour la Régie.

La princesse laitière 1990 et la guetteuse de lait ont joué un rôle important dans les activités estivales de promotion et de relations publiques.

Elles ont participé à de nombreux événements spéciaux de mai à septembre, suscitant ainsi beaucoup de publicité pour le lait et l'industrie laitière.

Les travaux portant sur le marché des ingrédients ont continué pendant une année. Une distribution de 174 000 calendriers dans la province a encouragé l'utilisation du lait comme ingrédient de cuisson. Des recettes ont également été distribuées aux consommateurs lors des foires et des expositions. A la fin de l'année, 850 livres de recettes du lait avaient été vendus.

• **Faits saillants**
- relations publiques

Le niveau d'activités en relations publiques s'est intensifié cette année. Les comités locaux ont fait la promotion du lait et de l'industrie laitière dans le cadre du programme des relations publiques mené par la Régie dans les régions. Au cours de l'année, une séance d'information a été organisée pour les présidents des comités locaux de relations publiques. Ainsi, chaque représentant a pu voir quelles activités en relations publiques se déroulaient dans les autres régions de la province. Un diaporama et un album à colorier intitulés «The Story of Milk from Farm to Family» ont été préparés pour les comités locaux de relations publiques.

La bourse d'études G.B. Whalen pour 1989 (750 $) a été décernée à M. John Schenkels de Red Bank. M. Schenkels est inscrit en troisième année du baccalauréat en sciences en agriculture au collège agricole de la Nouvelle-Ecosse.

Janet Jagoe de Stonehaven a reçu la bourse d'études techniques de la Régie (500 $). Mlle Jagoe en est à sa deuxième année du programme d'études en agriculture au collège communautaire de Woodstock.

• **Princesse laitière**

La princesse laitière 1990 était Diane Cormier. Diane et la guetteuse de lait, Nicole LeBlanc, ont été très occupées cet été en visitant des écoles élémentaires et en participant à plusieurs foires, expositions et autres activités communautaires.

Elles ont appuyé la campagne publicitaires «Choc on the Rocks» lors des concours de buveurs de lait. Elles ont aussi fait la promotion du beurre avec des concours de bouffe de maïs en épi. Diane poursuit ses études en administration des affaires à l'Université de Moncton et Nicole étudie toujours en médecine à l'Université de Sherbrooke.

La Régie de mise en marché
du lait du Nouveau-Brunswick

• Bilan

au 30 juin 1990

• Actifs	1990	1989
Actifs à court terme		
Encaisse	**3,626 $**	4,086 $
Comptes à recevoir	**5,886,165**	4,623,791
Stocks	**42,965**	39,410
Titres négociables (valeur au marché 1990, 740,195 $; 1989, 753,816 $)	**750,359**	747,329
Frais payés d'avance	**30,447**	29,307
	6,713,562	5,443,923
Fonds et placements		
Promotion		8,635
Placement - R & G Transport Ltd., à la valeur de consolidation	**488,848**	728,156
	488,848	736,791
Immobilisations, prix coûtant (note 1)		
Terrains, lagune et chemins	**285,829**	285,829
Immeubles	**840,583**	812,220
Matériel d'entreposage du lait en vrac	**823,132**	747,869
Ameublement et matériel de bureau	**148,292**	130,055
Matériel informatique et logiciels	**278,186**	271,851
Automobiles et camions	**122,344**	164,247
Matériel sous bail capital	**38,056**	
	2,536,422	2,412,071
Moins l'amortissement accumulé	**1,243,611**	1,105,478
	1,292,811	1,306,593
	8,495,221 $	7,487,307 $

• Passifs	1990	1989
Passifs à court terme		
Découvert bancaire	**2,776,847 $**	1,312,630 $
Comptes à payer et frais courus (note 3)	**3,905,051**	3,909,535
Part actuelle de l'obligation liée au bail capital	**9,930**	
	6,691,828	5,222,165
Fonds		
Promotion	**16,199**	
Indemnité	**753,789**	751,219
	769,988	751,219
Obligation liée au bail capital (note 4)	**23,216**	
Surplus		
Surplus d'apport	**37,608**	37,608
Bénéfices non répartis	**972,581**	1,476,315
	1,010,189	1,513,923
	8,495,221 $	7,487,307 $

Notes

1. La valeur de toutes les immobilisations est exprimée au prix coûtant; exception faite des logiciels, les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement dégressif, en fonction des taux annuels suivants:

Chemins	8%
Lagune	2-1/2%
Immeubles	5%
Matériel d'entreposage du lait en vrac	20%
Ameublement et matériel de bureau	20%
Matériel informatique	30%
Logiciels	5 ans
Véhicules	30%
Matériel sous bail capital	20%

   Les coûts de certaines immobilisations ont été réduits de 95,553 $ en raison de l'aide gouvernementale.
2. Le prêt bancaire est garanti par un transport de créance, un nantissement commercial ainsi qu'un transfert d'assurance feu.
3. Les comptes à payer et frais courus comprennent une somme de 358,677 $ (1989, 482,430 $) qui représente la portion non versée des retenues sur les quotas de mise en marché reçues durant l'exercice terminé le 30 juin 1990. Une somme de 476,891 $ (1989, 415,263 $) comprend des retenues hors-quota perçues moins la portion applicable à la retenue intérieur-quota.
4. Le paiement minimum du bail qui est dû sous le bail capital est 44,776 $ pour les cinq années suivantes. Ce chiffre inclus l'intérêt de 11,630 $ et les paiements qui sont dus dans un délai d'une année sont 9,930 $.

Approuvé par la Régie

Roger C. Kaye
Directeur

Percy B. Waddy
Directeur

• Rapport des vérificateurs

Aux membres de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick.

Nous avons vérifié le bilan de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick au 30 juin 1990 ainsi que les états des résultats et des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugé nécessaires dans les circonstances.

A notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de la Régie au 30 juin 1990 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date, selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Sussex, Nouveau-Brunswick
Le 31 octobre 1990

Buckley & Nixon
Compatbles Agréés

• Etat des résultats et des bénéfices non répartis

Exercice terminé le 30 juin 1990

Revenus	**1990**	1989
Frais recouvrés par les producteurs	**401,818 $**	372,912 $
Allocation pour l'exploitation du pool	**107,374**	205,052
Allocation en provenance du fonds de quotas	**(104,567)**	214,024
Frais de service	**1,072,136**	951,287
Location	**138,244**	108,225
Intérêt	**131,570**	86,397
Autres	**208,507**	88,682
	1,955,082	2,026,579
Dépenses		
Administration (note 5)	**1,058,695**	874,875
Elaboration des politiques (note 6)	**191,706**	147,349
Comités laitiers locaux	**35,947**	39,205
Transport et chauffeurs	**731,328**	644,850
Assémblée annuelle	**32,585**	36,404
Autres réunions	**23,228**	28,604
Entreposage de lait	**93,053**	102,727
Amortissement	**52,966**	63,264
	2,219,508	1,937,278
Excédent des revenus sur dépenses (dépenses sur revenus)	**(264,426)**	89,301
Revenu de placements perte, R & G Transport Ltd.	**(239,308)**	(73,336)
Bénéfices non répartis au début de l'exercice	**1,476,315**	1,460,350
Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice	**972,581 $**	1,476,315 $

Notes

5. Les frais d'administration ne comprennent pas la somme de 42,864$ (1989, 238,722$) allouée au fonds de promotion et dépenses de transport.
6. Les frais relatifs à l'élaboration des politiques incluent la rémunération et les frais généraux des membres du Conseil.

• Etat de l'évolution de la situation financière

Exercice terminé le 30 juin 1990

Provenance du fonds de roulement		
Exploitation	**1990**	1989
Bénéfice		15,965 $
Postés ne touchant pas le fonds de roulement		
Amoritssement		199,911
Perte sur ventes d'immobilisations		1,214
Revenu de placements		73,336
		290,426
Produits sur ventes d'immobilisations	**31,115 $**	11,713
	31,115	302,139
Utilisation du fonds de roulement		
Exploitation		
Perte	**503,734**	
Postés ne touchant pas le fonds de roulement		
Amortissement	**(176,658)**	
Revenu sur ventes d'immobilisations	**1,577**	
Pertes de placements	**(239,308)**	
	89,345	
Fonds de roulement provenant de l'exploitation	**1,214,034**	74,076
Ajouts aux immobilisations	**192,413**	97,757
	1,495,792	171,833
Augmentation (diminution) de fonds de roulement négatif	**1,464,677**	(130,306)
Fonds de reoulement négatif au début de l'exercice	**1,308,544**	1,438,850
Fonds de roulement négatif à la fin de l'exercice	**2,773,221 $**	1,308,544 $
Fonds de roulement négatif Encaisse découvert	**2,773,221 $**	1,308,544 $

Note

7. La Régie a pour politique de maximiser le rendement du capital détenu au titre du fonds de roulement en investissant dans les certificats de dépôt et d'autres instruments similaires productifs d'intérêts.

• **Exploitation du pool**
Exercice terminé le 30 juin 1990

	1990	1989
Volume de lait (milliers de litres)	**129,792**	132,292
Valeur du lait		
Ventes	**66,144,585 $**	65,940,095 $
Achats	**65,973,409**	65,734,628
A payer aux producteurs à la fin de l'exercice	**171,176**	205,467
Transport		
Recouvré des producteurs	**3,230,938**	3,118,050
Dépenses	**3,294,740**	3,118,465
Recouvré auprès des producteurs à la fin de l'exercice	**63,802**	415
Imputé aux bénéfices	**107,374 $**	205,052 $

• **Etat des fonds relatifs aux quotas**
Exercice terminé le 30 juin 1990

	Quotas de lait de consommation		Quotas des mises en marché				Tous quotas	
			Non utilisés		Utilisé			
	1990	1989	**1990**	1989	**1990**	1989	**1990**	1989
Recettes	**1,144,935 $**	930,864 $	**804,351 $**	956,911 $	**156,945 $**	69,934 $	**2,106,231 $**	1,957,709 $
Déboursés	**1,277,347**	752,961	**805,751**	926,445	**127,700**	64,279	**2,210,798**	1,743,685
Changements au cours de l'exercice	**132,412**	(177,903)	**1,400**	(30,466)	**(29,245)**	(5,655)	**104,567**	(214,024)
Allocation au revenu	**(132,412)**	177,903	**(1,400)**	30,466	**29,245**	5,655	**(104,567)**	214,024
Solde à la fin de l'exercice	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil	**Nil**	Nil

Note

8. Les recettes et les déboursés relatifs aux quotas sont approuvés par la Régie après que les prix d'équilibre ont été établis. Le prix d'équilibre est le prix où le volume d'offre de vente de quotas est égal, ou à peu près égal au volume d'offre d'achat de quotas.

• Etat des fonds de promotion

Exercice terminé le 30 juin 1990

Recettes durant l'exercice	**1990**	1989
Lait du pool (note 9)	**931,023 $**	928,733 $
Autres	**65,458**	63,153
	996,481	991,886
Déboursés durant l'exercice		
Promotion du lait de transformation (note 10)	**350,141**	358,652
Fondation du lait du Nouveau-Brunswick	**50,433**	50,799
Recherche et développement	**10,409**	14,277
Promotion du lait de consommation		
Coûts publicitaires télévision	**165,414**	191,371
Bureau laitier du Canada	**5,311**	6,606
Lait-écoles	**19,603**	36,900
Autres programmes	**71,243**	77,816
Relations publiques	**68,666**	93,326
Administration	**230,427**	193,901
	971,647	1,023,648
Augumentation (diminution) pour l'exercice	**24,834**	(31,762)
Fonds accumulés au début de l'exercice réservés à la promotion	**(8,635)**	23,127
Solde à la fin de l'exercice	**16,199 $**	(8,635)$

Notes

9. A compter du 1er janvier 1990, le prélèvement sur le lait du pool à des fins de promotion est passé de 70.2 à 73.2 cents l'hectolitre pour toutes les expéditions.
10. Les déboursés en faveur du Bureau laitier du Canada aux fins de la promotion nationale sont 60¢ l'hectolitre pour les expéditions relatives aux quotas de mise en marché effectuées par tous les producteurs. Ce taux a changé à 62¢ l'hectolitre en juin 1990.

• Fonds d'indemnité

Exercice terminé le 30 juin 1990

Recettes durant l'exercice	**1990**	1989
Revenu d'intérêt	**68,074 $**	65,629 $
Avances		(6,995)
	68,074	58,634
Déboursés durant l'exercice		
Projet calendrier	**65,504**	57,415
Augumentation pour l'exercice	**2,570**	1,219
Solde au début de l'exercice	**751,219**	750,000
Solde à la fin de l'exercice	**753,789 $**	$751,219 $

•Retenues sur quotas de mise en marché

Exercice terminé le 30 juin 1990

	1990	1989
A payer à la CCL au début de l'exercice	**897,693 $**	959,166 $
Prélèvement nets reçus des producteurs	**2,348,795**	1,967,777
	3,246,488	2,926,943
Déboursés à la CCL	**2,410,919**	2,029,250
A payer à la CCL à la fin de l'exercice (note 11)	**835,569 $**	897,693 $

Note

11. Le montant à payer à la CCL à la fin de l'exercice comprend une somme de 476,891 $ (1989, 415,263 $) au titre des retenues hors-quota perçues moins la portion applicable à la retenue intérieur-quota.